

## ZAPISNIK 14. SKUPŠTINE UDRUGE HURA

Vrijeme: četvrtak, 11. srpnja 2024., početak u 16:07, završetak u 17:34

Nazočni:

- |                       |   |                              |
|-----------------------|---|------------------------------|
| 1. 404                | 17. Human   | 33. OMD Media                |
| 2. Advans Adria       | 18. I to nije sve                                 | 34. Pepermint                |
| 3. Arbona             | 19. Izone   | 35. Pragma komunikacije      |
| 4. Ascanius Media     | 20. Imago Ogilvy                                  | 36. Pro media group          |
| 5. BBDO Zagreb        | 21. IMC agencija                                  | 37. RED agencija             |
| 6. Bruketa&Žinić&Grey | 22. Komunikacijski laboratorij                    | 38. Real grupa               |
| 7. CMG Digital        | 23. Komunikacijski ured Colić,<br>Laco i partneri | 39. Rinzol                   |
| 8. CTA komunikacije   | 24. Kontra  | 40. SeekandHit               |
| 9. Degordian          | 25. KPR   | 41. Spotstudio               |
| 10. Dentsu            | 26. Libra   | 42. S.T.A.R. Digital         |
| 11. EuroART93         | 27. Luna&Točka                                    | 43. Studio Nexus             |
| 12. Essence Mediacom  | 28. Manjgura                                      | 44. Studio Sonda             |
| 13. Fabula            | 29. McCann Zagreb                                 | 45. Studio Šesnić & Turković |
| 14. Fakat             | 30. Millenium promocija                           | 46. Ured za ideje            |
| 15. Futura DDB        | 31. MMB Media Agentur                             | 47. Val grupa                |
| 16. Hauska & Partner  | 32. Nivas   | 48. Younited                 |
|                       |   | 49. ZOO agencija.            |

## 1. Utvrđivanje broja prisutnih

Skupštinu je otvorila izvršna direktorica Udruge HURA D. I. Ballon pozdravivši okupljene te zahvalivši svima na odazivu u svoje ime i u ime predsjednika Skupštine K. R. Prosolija, koji nije bio u mogućnosti prisustvovati. D. I. Ballon uvodnu je riječ predala predsjednici Uprave HURA-e J. Fiškuš, koja se tom prilikom obratila svim nazočnima kako bi se osvrnula na brojna recentna postignuća agencija članica HURA-e. Čestitala je agencijama Bruketa&Žinić&Grey i Studiju Tumpić/Prenc na osvojenim nagradama na natjecanju Cannes Lions, agenciji BBDO Zagreb na osvajanju titule agencije godine na kreativnom natjecanju IdejaX, kao i agenciji Imago Ogilvy na osvajanju titule agencije godine na natjecanju BalCannes. Posebno je istaknula pet agencija članica koje su ove godine osvojile prestižnu nagradu IPRA-e za odnose s javnošću, a to su: 404 agency, Abeceda komunikacije, CTA komunikacije, Millenium promocija i Manjgura. J. Fiškuš najavila je i plan revizije 31 pravilnika Udruge.

D. I. Ballon obavijestila je prisutne da potpredsjednik Skupštine Tomislav Presečki više nije na toj funkciji zbog promjene radnog mjesta. Skupštini su prilikom otvaranja nazočile 42 članice s pravom glasa te je utvrđen kvorum. Tijekom izlaganja točke 9. pridružilo se još 6 predstavnika članica, a za vrijeme predstavljanja točke 11. još jedan predstavnik agencije članice, čime je maksimalan broj prisutnih bio 49.

## 2. Utvrđivanje dnevnog reda

D. I. Ballon pozvala je članice da predlože teme za točku dnevnog reda Razno, no nije bilo interesa. Prihvaćen je sljedeći dnevni red:

1. Utvrđivanje broja prisutnih
2. Utvrđivanje dnevnog reda
3. Ipsosova prezentacija: Rezultati istraživanja Puls članstva
4. Budući planovi i projekti te Q&A s članicama
5. Financijski izvještaj 2023. godine
6. Status planiranog istraživanja primanja zaposlenika u agencijama
7. HURA CEO Event
8. DK2025
9. HURA-ina dokumenti i procedure
  - I. Poslovnik Organizacijskog odbora natjecanja IdejaX
  - II. Poslovnik Organizacijskog odbora natjecanja MIXX Awards Croatia
  - III. Poslovnik Organizacijskog odbora Dana komunikacija
  - IV. Poslovnik Organizacijskog odbora natjecanja BalCannes

- V. Odluka o predstavništvu Udruge HURA na festivalu Cannes Lions
- 10. Udžbenik Marketinška komunikacija
- 11. Knowledge-sharing članskih edukacija
- 12. Članstvo
- 13. Razno.

### 3. Rezultati istraživanja Puls članstva

D. I. Ballon najavila je predstavljanje rezultata istraživanja koje je za HURA-u provodila nezavisna agencija za istraživanje tržišta Ipsos posljednjih šest mjeseci, a potom je pozvala A. Šalinovića da rezultate iznese i podijeli s nazočnim članovima u ime Ipsosa. A. Šalinović zahvalio je svima na sudjelovanju, ali je zahvalio i na prilici da Ipsos sudjeluje na ovakvom projektu koji će zasigurno omogućiti daljnji razvoj industrije. HURA je angažirala Ipsos kako bi kroz razgovor sa svakim CEO-om agencija članica HURA-e ispitala stavove i percepciju HURA-e te sukladno tome godišnji plan aktivnosti nadopunila aktivnostima koje su među članicama identificirane kao područja za unaprjeđenje. Ovo je kvalitativno istraživanje koje je provedeno korištenjem metode dubinskog intervjua na koji je pristalo 55 članica agencija, a konačni je broj ispitanika 57. Stavovi su agencija dobiveni polustrukturiranim upitnikom koji kvalitativnom analizom omogućuje predstavljanje i shvaćanje modaliteta razmišljanja članica te nudi uvid i smjernice za daljnje usmjerenje, međutim, iz Ipsosa su naglasili da se dobivene rezultate kvalitativnom analizom ne može i kvantificirati. A. Šalinović svoje je izlaganje započeo time kako članice HURA-e percipiraju Udrugu, a pozitivne asocijacije koje članice dominantno vežu uz HURA-u ukazuju na snažan ugled i vrijednost koju Udruga pruža svojim članicama. Većina asocijacija funkcionalne je prirode, odnoseći se na učinkovitost, profesionalnost i relevantnost HURA-inih aktivnosti. Kod članica s duljim iskustvom rada s HURA-om, uočljiva je i snažna emotivna povezanost, što ukazuje na osjećaj pripadnosti, zajedništva i lojalnosti. Predstavljeni rezultati pokazuju da se HURA među članicama percipira kao izrazito profesionalna, organizirana te kao najjače strukovno udruženje na tržištu, a u odnosu na druge udruge puno je profesionalnija i aktivnija. Članice Udruge ponose se svojim profesionalnim stručnim timom koji je predan pružanju visokokvalitetnih usluga. Njihova stručnost i posvećenost ključni su faktori koji doprinose uspjehu Udruge. Rezultati su pokazali da članice posebno naglašavaju kako se HURA ističe aktivnim članstvom koje doprinosi uspjehu Udruge te kako HURA u svoj rad aktivno uključuje članstvo kako bi čula mišljenja i potrebe članica te pokreće razne inicijative i projekte s ciljem promocije struke.

Nadalje, A. Šalinović ističe da članice HURA-e smatraju da Udruga uspješno prati relevantno zakonodavstvo i o tome ih redovito obavještava. Edukacije su također jedna od potreba za koje članice smatraju da HURA za njih ispunjava na vrlo kvalitetan i profesionalan način. Članice su se izjasnile da programi edukacija pružaju znanje i iskustvo te su ih izrazito pozitivno evaluirale. Kroz razne edukacije, evente i festivale, članice primjećuju kako HURA stvara platformu za povezivanje zaposlenika agencija, omogućujući im razmjenu iskustava, potencijalnu suradnju i opuštanje. A. Šalinović

objašnjava kako je iskustvo suradnje s HURA-om za sve članice iznimno pozitivno, a to se pozitivno iskustvo temelji na interakciji s HURA-om prvenstveno kroz komunikaciju s članovima stručnog tima Udruge. Članice percipiraju komunikaciju kao brzu, konkretnu i ugodnu, proaktivnu.

A. Šalinović priopćio je da je jedan od najvažnijih zaključaka istraživanja preklapanje između očekivanja koja članice HURA-e imaju od Udruge i benefita koje članice HURA-e dobivaju svojim članstvom. Kao spomenute benefite najviše ističu edukaciju, networking i informiranje, a članice prepoznaju važnost organizacije festivala Dani komunikacija za aktivni doprinos promociji i povećanoj vidljivosti struke, što pozitivno utječe na njezinu percepciju unutar šire javnosti. Ova pojačana prepoznatljivost ne samo da privlači nove potencijalne zaposlenike i jača povjerenje klijenata već i otvara nove poslovne prilike za članice HURA-e. Još jedan HURA-in projekt, CEO Event, članice su prepoznale kao dobar spoj formalne razmjene ideja te prilike za networking i druženje te ga sve članice podržavaju. Jednoznačno je prepoznata i vrijednost strukovnih nagrada, ali neki su ispitanici uvidjeli prostor za dodatnom transparentnošću i jasnijom komunikacijom kada su u pitanju izbori članova žirija. HURA-ina newsletteri dominantno se percipiraju kao opširni izvori informacija u kojima se izvještava o promjenama koje se događaju na tržištu kako na lokalnoj tako i na europskoj razini, od legislative do novih tehnoloških postignuća bitnih za branšu. Neki su ispitanici predložili skraćivanje tekstova radi boljšeg prijema informacija, a estetikom i formatom newslettera svi su zadovoljni.

A. Šalinović svoje je izlaganje završio pregledom želja članica za poticanjem razgovora o poštenoj organizaciji natječaja, dodatnoj promociji struke, kao i organizaciji humanitarnih projekata i istraživanja. Nakon izlaganja rezultata D. I. Ballon najavila je da će detaljna analiza biti poslana članovima nakon Skupštine.

#### **4. Budući planovi i projekti te Q&A s članicama**

D. I. Ballon otvorila je prezentaciju i izjavila da su Upravi rezultati Pulsa članstva, tj. mišljenje članova, biti osnova za rad i mandat Uprave u naredne četiri godine, koja je spremna prilagoditi svoj strateški plan i očekivanja željama članica HURA-e. U ovom je trenutku najavila i segment Q&A koji će omogućiti članicama da izravno utječu na smjer kojim će HURA djelovati u narednom razdoblju i odrediti fokus rada i budućih planova. Osluškivanjem potrebe članica za još većom transparentnošću u industriji i nastavno na istraživanje u kojem su članice u razgovoru s neutralnom osobom iskazale svoje mišljenje o radu HURA-e, članice će imati i priliku razgovarati s D. I. Ballon ili s nekim od članova Uprave HURA-e kako bi zajedničkim snagama osigurali rast zajednice, osnažili industriju i kontinuitet napretka. Udruga je analizirala sve svoje dokumente i pravilnike te ažurirala postojeće dokumente, a aktivno radimo i na kreiranju novih dokumenata. Budući da rad i aktivnosti HURA-e određuje više od 30 dokumenata, bilo je ključno da mapiramo i definiramo 14 prioriternih dokumenata koji će biti finalizirani do kraja 2024. godine. Olakšali smo dostupnost dokumenata tijekom cijele godine kako bi im članice mogle što jednostavnije pristupiti. Glasovi članova upravljaju

HURA-om, što je oduvijek dodatno potvrđivano i uključivanjem članova u osmišljavanje pozicija, konkretno u vidu kandidature i izbora za Organizacijske odbore.

Najavljena je HURA-ina krovna baza podataka, analiza i istraživanja, Insights Network, koja će biti dodatna pogodnost članicama koja već niz godina prati volumen industrije, a bazu ćemo proširiti agencijskim projekcijama budućnosti, iskustvima na tržištu, no izgledna je i interna anketa među članovima ako se za time ukaže potreba na Forumu. Predani smo praćenju investicija, ali nam je povrh svega važna povratna informacija članica, stoga smo i u vrijeme pandemije proveli sijaset anketa i istraživanja. Jedna od povratnih informacija koje su iskazale članice bila je i potreba za edukacijama, a naš je odgovor nova platforma za edukaciju – Learning Centre. Learning Centre krovni je naziv za grupiranje HURA-inih edukativnih aktivnosti: sve edukacije, seminari, webinar, radionice, paneli. Ključni je segment integracija kalendara događanja, koji ćemo objaviti na svojim službenim stranicama, a služi uspostavljanju cjelovitog pregleda ponude aktivnosti i HURA-inih evenata općenito.

D. I. Ballon dotaknula se teme komunikacija, naglasivši da su uspjesi članica ogledalo tržišta i pozvala članove da dijele novosti na HURA-inim kanalima kako bi još više doprinijeli ugledu struke. Upravo su te novosti ono što privlači novi kadar, a HURA je posvećena reviziji kanala i traženja novih načina ne samo komuniciranja s članovima već i novih načina komunikacije među članovima. Naše su platforme rezervirane isključivo za objave članica, što će biti dodatno regulirano donošenjem novih pravila objave.

Kontinuirano pronalazimo nove načine za edukaciju svojih članica, a D. I. Ballon najavila je novi model HOWtoWOW akademije. Nakon deset sezona, HOWtoWOW akademija zatvara poglavlje poludnevni radionica te marketu nudi konkretne edukacije kao odgovor na potrebe članova uz još razrađenije edukacije s pet tematskih modula, od kojih će svaki trajati dva dana. Također smo predani osiguravanju pozitivne percepcije naše struke u javnosti, a najavili smo i nove aktivnosti koje će privući kvalitetne ljude u industriju kao što su provođenje nacionalnog istraživanja percepcije struke, suizdavanje marketinškog udžbenika i uključivanje na Dane komunikacija.

D. I. Ballon skrenula je pozornost na važnost regulative za industriju, ali i na ključnu ulogu članova u ovim procesima. Uključujemo HURA-ine članove u inicijative i donošenje odluka o aktualnim temama na nacionalnom nivou, ali i brinemo o jasnom internom informiranju o aktivnostima koje su članicama i Udruzi zabranjene u kontekstu AZTN-a. Kratko smo se osvrnuli na novu dinamiku u stručnom timu koja je podijeljena na nekoliko timova, što jamči veću učinkovitost. Dani komunikacija odgovor su na jasnu potrebu članova za nacionalnim festivalom koji smatraju izuzetno kvalitetnim projektom te projektom koji daje neposredan benefit čitavoj struci i omogućava važan networking. Nastavno na organizaciju evenata, osvrnuli smo se i na HURA CEO Event, koji postaje mjesto otvorenih razgovora i platforma za povezivanje unutar Udruge oko važnih tema kroz niz strukturiranih rasprava članova. D. I. Ballon najavila je kako do sada već tradicionalni božićni party selimo na ljeto, a nazočne je pozvala da si zabilježe termin za Invite Only

druženje, koje će se održati 29. kolovoza u Vintage Gardenu. Nakon provedbe Digicede, velikog ESG projekta HURA-e i IAB-a koji je trajao 17 mjeseci i obuhvatio niz uspješnih aktivnosti pomoći Sisačko-moslavačkoj županiji, nove ESG aktivnosti dio su plana razvoja i inicijativa HURA-e, čija je realizacija u planu nakon prioritarno definiranih strateških pitanja, uz fokus na natječaje iz domene EU fondova.

Ovime je završeno prezentiranje planova za HURA-u, no predstavljen je i plan razvoja IAB-a Croatia, koji uključuje Vision by IAB Croatia, godišnji event koji okuplja vodstvo tvrtki članova i predstavnike u Skupštini. Fokus će biti na C-level edukacijama, razmjeni znanja i panela radnih skupina. Najnovija zbivanja u digitalu i aktivnosti radnih skupina predstaviti ćemo u formatu tematskih mjeseci, u sklopu kojih upravo članovi IAB-ovih radnih skupina osmišljavaju događanja i sadržaj koji ćemo komunicirati na našim kanalima. Jako nam je važno da educiramo tržište, stoga se čak deset radnih skupina uz aktivnosti i povezivanje članova unutar IAB-a pokazalo temeljnom odrednicom IAB-a u Hrvatskoj i nastavljamo razvijati postojeće skupine te oformljavati nove sukladno potrebama članova. D. I. Ballon najavila je izdavanje novih smjernica najbolje prakse koje su bazirane na najvišim međunarodnim standardima.

Nakon ovog detaljnog izlaganja otvoren je Q&A, a potom i glasanje kojim su ovi mnogobrojni prijedlozi i planovi jednoglasno prihvaćeni s 48 glasova „za“.

## **5. Financijski izvještaj 2023. godine**

D. I. Ballon nazočnima je predstavila financijski izvještaj za 2023. godinu, koji je gotovo u potpunosti odgovarao projekcijama i očekivanjima od prošle godine. Istaknuto je da se knjigovodstvo Udruge vodi dvostruko – zasebno za neprofitni dio djelatnosti i zasebno za profitni dio djelatnosti (samo se profitni dio oporezuje). Podaci pokazuju veliko ulaganje u razvoj Udruge, kao i osiguravanje mnogobrojnih edukacija i projekata koji će omogućiti kontinuirani rast snage i utjecaja naših članica. D. I. Ballon dala je Skupštini na glasanje predstavljeni financijski izvještaj za 2023., koji je jednoglasno prihvaćen s 48 glasova „za“.

## **6. Status planiranog istraživanja primanja zaposlenika u agencijama**

D. I. Ballon prepustila je riječ K. Laco, koja je upoznala članove s planom istraživanja vezano za zaposlenike u agencijama za koje je uspostavljeno da neće moći biti provedeno u navedenom obliku. K. Laco izjavila je da zbog pravnih razloga nije moguće provesti ovo istraživanje kako je planirano i prema ponudi koja je dobivena od ponuđača. Naime, pravni je savjet da bi istraživanje u ovakvom obliku moglo dovesti do kršenja odredbi Zakona o zabrani tržišnog natjecanja, a i sam je ponuđač, iz istih razloga, naknadno povukao svoju ponudu. K. Laco istaknula je da se razmatraju i druge opcije provođenja prihvatljive vrste istraživanja.

## 7. HURA CEO Event

D. I. Ballon članovima je dala mogućnost promjene lokacije godišnjeg HURA CEO Eventa, koji se već niz godina održavao u Grand Park Hotelu u Rovinju. Naglasila je da u Hrvatskoj nema mnogo hotela koji bi mogli zadovoljiti sve naše potrebe i kriterije, ali svjesna je da potencijalno postoji potreba za novom lokacijom. D. I. Ballon otvorila je glasanje za ovaj prijedlog, no s obzirom na to da je bilo samo 5 glasova za traženje nove lokacije, a 43 članice izjasnile su se da bi htjele ostati u Grand Park Hotelu, lokacija neće biti promijenjena. Neki su članovi predložili da se na CEO Eventu opet uvedu i edukativni sadržaji u vidu predavanja, dok drugi nisu bili za to, međutim nakon kratke je diskusije zaključeno da će se s ovom temom detaljnije pozabaviti Uprava HURA-e.

## 8. Dani komunikacija

Na početku ovog segmenta D. I. Ballon najavila je gledanje kratkog videa koji prikazuje najbolje trenutke s ovogodišnjeg festivala Dani komunikacija, a potom zahvalila svima prisutnima što su sudjelovali u stvaranju festivala kao članovi žirija i Organizacijskih odbora te kao panelisti i moderatori. Dani komunikacija osmišljeni su za promicanje ne samo struke u cijelosti već i za promicanje naših članica i njihovih uspjeha. Unatoč velikom festivalskom rastu koji se sada održava na 7 lokacija i ima 70 programskih sadržaja, što je više od 50% porasta u odnosu na količinu sadržaja od prošle godine, već šest godina nije rasla cijena kotizacije za naše članove i iznosi rekordno niskih 195 eura za tri dana festivala. D. I. Ballon predstavila je i strukturu sudionika: udio je članica HURA-e 24%, a važno je primijetiti da najveći udio sudionika čine oglašivači (38%), čime je ostvaren dugogodišnji cilj da Dani komunikacija ne budu festival samo za agencije već i za njihove klijente, kako bi zajedno pratili trendove, rasli i razvijali se. Izlaganje o uspjehu Dana komunikacija održanih 2024. godine D. I. Ballon zaokružila je najavom novog datuma održavanja, 15. 5. 2025. godine, na što su članovi reagirali iznimno pozitivno i s odobravanjem.

## 9. HURA-ina dokumenta i procedure

Prije nekoliko su tjedana svi poslovnici poslani članovima na razmatranje, a u tom su razdoblju pristigla svega dva komentara, na čemu je D. I. Ballon zahvalila. Potom je članove pozvala da se jave ako imaju što važno reći, za što nije bilo interesa. U trenutku glasanja za 9. točku dnevnog reda, bilo je prisutno 48 članova.

### I. Poslovnik Organizacijskog odbora natjecanja IdejaX

D. I. Ballon pozvala je na izglasavanje Poslovnika Organizacijskog odbora natjecanja IdejaX, ustanovila je da je na Skupštini prisutna potrebna većina i Poslovnik je jednoglasno izglasan.

## **II. Poslovnik Organizacijskog odbora natjecanja MIXX Awards Croatia**

D. I. Ballon pozvala je na izglasavanje Poslovnika Organizacijskog odbora natjecanja MIXX Awards Croatia, ustanovila je da je na Skupštini prisutna potrebna većina i Poslovnik je jednoglasno izglasan.

## **III. Poslovnik Organizacijskog odbora Dana komunikacija**

D. I. Ballon pozvala je na izglasavanje Poslovnika Organizacijskog odbora Dana komunikacija, ustanovila je da je na Skupštini prisutna potrebna većina i Poslovnik je izglasan s 47 glasova „za“ i jednim glasom „protiv“.

## **IV. Poslovnik Organizacijskog odbora natjecanja BalCannes**

D. I. Ballon pozvala je na izglasavanje Poslovnika Organizacijskog odbora natjecanja BalCannes, ustanovila je da je na Skupštini prisutna potrebna većina i Poslovnik je jednoglasno izglasan.

## **V. Odluka o predstavništvu Udruge HURA na festivalu Cannes Lions**

D. I. Ballon pozvala je na izglasavanje Odluke o predstavništvu Udruge HURA na festivalu Cannes Lions, ustanovila je da je na Skupštini prisutna potrebna većina i Poslovnik je jednoglasno izglasan.

## **10. Udžbenik Marketinška komunikacija**

D. I. Ballon još je jednom istaknula da je jedan od važnih aspekata ulaganja u budućnost industrije upravo usmjerenost na edukaciju mladih talenata. Suradnja između HURA-e, Ekonomskog fakulteta i profesorice Tkalac Verčić, autorice udžbenika Marketinška komunikacija, tim je povodom ostvarena uspješno i prema planu. Nakon odabira projekata koji će biti ovjekovječeni u udžbeniku, HURA je povezala odabrane agencije s autoricom kako bi pripremili kvalitetan sadržaj za udžbenik koji je sada u završnim fazama uređivanja prije objave. Namjera je da se već na glavnom studiju marketinških komunikacija odsad pa ubuduće studenti više informiraju o agencijskom poslu, najboljim primjerima iz prakse, pa tako i HURA-i kao središnjoj strukovnoj udruzi. Ovaj udžbenik ne samo da će pružiti znanje i razumijevanje već će također unaprijediti kvalitetu i relevantnost obrazovnih programa u području marketinške komunikacije. D. I. Ballon kratko je izlaganje o udžbeniku završila napomenom da je on završen i očekuje se da će biti izdan ove godine.

## **11. Knowledge-sharing članskih edukacija**



Osvrnuli smo se i na ključnu vrijednost edukacije za razvoj struke, a nastavno na interes članova, D. I. Ballon izložila je članicama prijedlog za bazu s informacijama agencija o edukacijama koje imaju u ponudi koja bi funkcionirala po principu dijeljenja informacija članica o njihovim konkretnim uslugama ili programima edukacije. Zainteresirane agencije članice i komunikacijska zajednica time bi imale priliku angažirati ih ako za tim postoji potreba. D. I. Ballon dodala je kako bi HURA preuzela inicijativu dijeljenja informacija za razmjenu znanja agencija članica, pazeći da ne uđemo u domenu ugrožavanja tržišne utakmice. D. I. Ballon ovaj je prijedlog dala na glasanje i on je jednoglasno prihvaćen s 49 glasova „za“.

## 12. Članstvo

V. Preselj u odsustvu je U. Zime predstavio izvještaj Odbora za članstvo. Agencije Morgan Grey i Cvoke prijavile su se za punopravno članstvo u HURA-i, a V. Preselj potvrdio je kako obje agencije zadovoljavaju Kriterije za članstvo Udruge. Obje su agencije službeno jednoglasno primljene u Udrugu s 48 glasova „za“. Nakon zatvaranja ove točke dnevnog reda u ime Skupštine D. I. Ballon zahvalila je svima na sudjelovanju, naglasila uspjeh HURA-e i svih njezinih članica te je u 17:34 zaključena 14. Skupština Udruge HURA.

**Zapisnik sastavila:** Barbara Tolić Aušić, voditeljica komunikacija